

ブランドの愛着を高める戦略

～ ケーススタディ：ハウス食品⑤ ～

ハウス食品は、主力商品の「バーモントカレー」が2013年で発売50周年になるのを記念して、レシピ本『ハウス食品社員のおうちカレーレシピ』を発売した。ハウス食品のカレールウを使ったレシピを紹介することで、より一層「ハウス食品」ブランドへの愛着心をもってもらう広報戦略にもなっている。

『ハウス食品社員のおうちカレーレシピ』

～ 「はじめに」より ～

こどもも大人も大好きなカレー。

カレーと言えば…「ハウス！」と答えてしまう人も多いのでは？

ハウス食品は2013年100周年を迎えます。

そして「バーモントカレー」は誕生50周年という記念イヤーです。

そこで本書では、毎日毎日カレーを研究し続けている研究員やカレーが大好きで大好きでたまらない社員たちがカレーに対して持てる知識と情熱を注ぎ込んで考え出したレシピを紹介します。

さらには、日本を代表するような一流料理人さんやカレーの専門家さん、大人気の料理ブロガーさんたちもレシピを考えてくれました。

「おうちで作るカレーをもっと楽しんでほしい」。みんなそんな思いでレシピを考案しました。カレーライスのアレンジレシピもあれば、思いがけないアイデアの料理もあります。

いつものカレーにちょっとした変化をつけてみたいと思ったら、ぜひとも試してみてください。



「バーモントカレー」などカレールウ12種類と、「ザ・ホテル・カレー」など6種類のレトルトカレーを使ったレシピを掲載しており、サバ缶やもちを具に採用したカレーライスのほか、シーフードパエリアやホワイトカレーラーメンなどのアレンジメニューも提案している。また「ジャワカレー」を使った神奈川県横須賀市の海軍カレーなどご当地カレーの作り方や、すりおろしたキウイをもみこんで肉を柔らかくするといった調理の工夫も紹介している。